

<b>Objectifs :</b>	
Jouer un rôle actif dans la fidélisation des clients. Détecter et saisir toutes les opportunités de vente. Se porter garant du bon déroulement de la commande. Former un binôme gagnant avec le commercial terrain. Jouer pleinement son rôle d'interface entre les clients et les différents services de l'entreprise.	
<b>PUBLIC</b>	Assistant(e)s commercial(e)s, collaborateurs des services administration des ventes, services clients, customer service, correspondants clientèle, impliqués dans le circuit de vente
<b>PRE REQUIS</b>	Aucun
<b>ORGANISATION</b>	Durée : 2 Jours (14h) Matériel : Un support de cours + 1 PC Nombre de Stagiaires : Minimum : 1 personne et Maximum : 6 personnes
<b>FORMATEUR</b>	Formateur ayant une expérience confirmée de la pédagogie et spécialiste du management.
<b>PEDAGOGIE</b>	Pré-évaluation des besoins. Mise en situation Apports théoriques et exercices pratiques permettent d'approfondir les connaissances de base. Réalisation lorsque le temps le permet des créations de projets personnels. Evaluation de stage à chaud. Evaluation des acquis (QCM ou mise en situation ou exercice test d'application). Attestation de stage. Evaluation de stage à froid.
<b>MODULE SUIVANT</b>	
<b>HANDICAP</b>	Notre centre de formation est engagé dans une politique du handicap, à consulter sur notre site internet à l'adresse suivante <a href="https://www.borg-services.com/politique-handicap/">https://www.borg-services.com/politique-handicap/</a>

PROGRAMME	
<p>Le Service Client, acteur de la satisfaction client</p> <p>L'assistant(e) ADV et Commercial : point de jonction et interface.</p> <p>Connaître l'organisation de l'entreprise et du travail : comprendre les contraintes des acteurs du processus client pour informer les clients en connaissance de cause.</p> <p>La contribution pratique de l'assistant(e) à la satisfaction des clients et au chiffre d'affaires.</p> <p>Conseiller les clients et vendre par téléphone</p> <p>Créer le contact.</p> <p>Questionner pour détecter les besoins du client.</p> <p>Argumenter pour conseiller et convaincre.</p> <p>Répondre aux objections.</p> <p>Conclure ses entretiens en engageant le client.</p> <p>Fidéliser les clients : suivi des commandes, traitement des situations délicates et des litiges</p> <p>Anticiper et proposer des solutions alternatives.</p> <p>Proposer un compromis équitable pour l'entreprise et ses clients, se montrer diplomate.</p> <p>Désamorcer les situations de tension. Prendre des initiatives.</p>	<p>Gérer les litiges : désaccord sur la fourniture, modification de la commande, retard de livraison relance d'impayé</p> <p>Optimiser son temps au service du client, mieux fonctionner en binôme avec le commercial terrain</p> <p>La répartition des rôles avec le commercial terrain. Déterminer l'importance des demandes. Arbitrer et hiérarchiser en fonction de la priorité client. S'organiser pour respecter les délais.</p>